

A I D A S

.. är en amerikansk minnesregel inom marknadsföring som hjälper till att utforma visuell profilering och reklam i olika former som ska aktivera din kund. Modellen fungerar som en trappa, där första steget måste tas för att nå nästa steg o s v.

Tanken med AIDAS är att kunden ska följa de fem stegen i processen. Först uppmärksammar kunden annonsen, därefter skapar annonsen ett intresse, sedan en längtan varefter kunden sedan agerar och köper produkten och slutligen blir nöjd och återkommer.

Du kan aldrig hoppa över ett steg eftersom du kan förlora kundens intresse, eller ännu värre, aldrig nå fram. Varje bokstav representerar ett viktigt steg när du kommunicerar med dina kunder. AIDAS är en akronym som står för,

- ▶ **A**ttention / Awareness
Först väcks kundens uppmärksamhet kring produkten.
Kunden blir medveten om produkten men är lite misstänksam i början.
- ▶ **I**nterest
Behovet konkretiseras genom att annonsen fångar kundens intresse av produkten.
- ▶ **D**esire
Sedan ska annonsens utformning väcka köplust utifrån kundens behov och få Kunden att känna en önskan att äga produkten.
- ▶ **A**ction
Annonsen ska få kunden att reagera och agera genom att hämta mer information, d v s att få kunden att gå från önskan till handling och köpa din produkt.
- ▶ **S**atisfaction
Kunden är tillfreds med sitt köp och återkommer gärna till produkten i framtiden. En nöjd kund ger återköp och god marknadsföring.

Historia

AIDAS-modellens upphovsman sägs vara reklam- & säljvisionären Elias St. Elmo Lewis, 1872-1948. Lewis var en person som pratade om reklamens möjligheter för att utbilda massorna. Han blev invald i reklamens Hall of Fame 1951.

I boken "The Psychology of Selling and Advertising" som kom ut 1925 skrev Edward K. Strong att Lewis formulerat en slogan - attract attention, maintain interest, create desire - 1898.

Less is more

Inom all kommunikation är det viktigt att vara enkel, strukturerad och tydlig. Det ska inte finnas möjlighet till olika tolkningar för då sprids inte det ursprungliga budskapet - utan något annat.

"Dina kunders beslut att köpa är inte
baserade på logik, utan på känslor"